

TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP KERJASAMA BISNIS ADVERTISING PADA *GOOGLE ADSENSE* DI *YOUTUBE*

SKRIPSI

Oleh :

Rikza Zakiyah

NIM. C02215061



Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan Hukum Perdata Islam

Prodi Hukum Ekonomi Syariah

Surabaya

2019

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya

Nama : Rikza Zakiyah

NIM : C02215061

Fakultas/Jurusan/prodi : Syariah/Hukum Perdata/Hukum Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Kerjasama
Bisnis *Advertising* Pada *Google Adsense* Di
YouTube

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian karya
saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 6 November 2019

Saya yang menyatakan

METERAI
TEMPEL
64951AFF041758682
6000
ENAM RIBU RUPIAH



Rikza Zakiyah

NIM. C02215061

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP KERJASAMA BISNIS ADVERTISING PADA GOOGLE ADSENSE DI YOUTUBE” Yang ditulis oleh Rikza Zakiyah NIM. C02215061 ini telah diperiksa dan disetujui untuk di munaqasahkan.

Surabaya, 06 November 2019

Pembimbing



Muh. Sholihuddin, MHI

NIP. 19770725200801109

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Rikza Zakiyah NIM C02215061 ini telah dipertahankan di depan Sidang Majelis Munaqosah Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya pada hari Rabu, tanggal 27 November 2019, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Hukum Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqosah Skripsi

Penguji I



Muh. Sholihuddin, M.HI
NIP: 197707252008011009

Penguji II



Dr. Hj. Suqiyah Musyafa'ah, M.Ag
NIP: 196303271999032001

Penguji III



Sri Wigati, MEI
NIP: 197302212009122001

Penguji IV



Ikhsan Fatah Yasin, S.HI, M.H
NIP: 198905172015031006

Surabaya,

Mengesahkan
Fakultas Syariah dan Hukum
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Dekan



Dr. H. Masruhan, M.Ag
NIP: 195904041988031003



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax 031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rikza Zakiyah
NIM : C02215061
Fakultas/Jurusan : Syariah dan Hukum/Hukum Ekonomi Syariah
E-mail address : rikza230@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP KERJASAMA
BISNIS ADVERTISING PADA GOOGLE ADSENSE DI YOUTUBE**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 30 Desember 2019

Penulis


Rikza Zakiyah

ABSTRAK

Skripsi ini merupakan hasil penelitian dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Kerjasama Bisnis *Advertising Google AdSense* di *Youtube*”. Skripsi ini disusun berdasarkan tujuan menjawab pertanyaan suatu masalah, yakni meliputi; (1) Bagaimana mekanisme akad kerjasama bisnis *advertising* pada *google adsense* di *youtube*? (2) Bagaimana analisis *Musharakah* terhadap bisnis *advertising* pada *google adsense* di *youtube*?

Dalam mengumpulkan data yang ada, metode yang digunakan adalah *field research* dengan mengumpulkan data dari sejumlah wawancara dengan pihak yang terkait dan pengumpulan dokumentasi yang selanjutnya data dibangun serta dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, yakni tentang mekanisme akad kerjasama bisnis *advertising* pada *google adsense* di *youtube*. Lalu *output* dari penelitian ini adalah analisis yang diuraikan dengan berpijakan pada hukum Islam tentang skema akad *musharakah* yang terjalin antara pembuat konten dengan penyedia iklan.

Pada kerjasama *advertising* yang dimaksud, peneliti mengidentifikasi adanya unsur *gharar atau adanya ketidakjelasan pada spesifikasi iklan yang akan ditampilkan* yang terjalin pada skema bisnis penampil iklan pada sebuah konten di *youtube* yang diakibatkan tidak adanya spesifikasi iklan yang ditampilkan. Sebab, seluruh iklan yang ditampilkan merupakan wewenang penuh dari penyedia layanan penampil iklan, yakni *Adsense*. Sedangkan pembuat konten yang mengunggah kontennya hanya terbatas pada menyediakan ruang iklan dan memilih tata letak di mana iklan tersebut akan ditampilkan pada kontennya.

Sebab, dalam Islam bisnis seharusnya dapat dijaga dari hal-hal yang bersifat *gharar* agar tidak ada pihak yang menanggung beban akibat adanya konten iklan yang berisikan iklan yang negatif. Sehingga pada kesimpulannya, meski bisnis semacam ini dapat direkomendasikan bagi pebisnis multimedia namun dengan adanya unsur *gharar* tersebut dapat memengaruhi keabsahan sebuah bisnis. Dengan begitu seharusnya skema yang dijalankan harus menjadi lebih spesifik lagi agar keseluruhan isi dari kerjasama tersebut tampak transparan bagi kedua belah pihak yang bersangkutan.

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TRANSLITERASI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Kajian Pustaka	7
E. Tujuan Penelitian	8
F. Kegunaan Penelitian	9
G. Definisi Operasional	9
H. Metode Penelitian	11
I. Sistematika Pembahasan.....	16
BAB II.....	18
KONSEP AKAD KERJASAMA DALAM ISLAM	18
A. Pengertian <i>Shirkah</i>	18
B. Dasar Hukum <i>shirkah</i>	20
C. Rukun dan Syarat <i>Shirkah</i>	21
D. Macam-Macam <i>Shirkah</i>	24
E. Batalnya <i>Shirkah</i>	29
F. Hikmah <i>Shirkah</i>	31
BAB III.....	32
GAMBARAN UMUM AKAD KERJASAMA ANTARA <i>YOUTUBER</i> DENGAN <i>GOOGLE ADSENSE</i>	32

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk sosial yang dalam hidupnya memerlukan adanya manusia lain yang bersama-sama hidup dalam tempat setiap orang melakukan perbuatan dalam hubungannya dengan orang lain. Hubungan antar manusia sebagai makhluk sosial ini dalam Islam dikenal dengan istilah muamalat.¹

Agama islam adalah agama yang komprehensif (*rahmatan lil 'alamin*) yang mengatur semua aspek kehidupan manusia yang telah disampaikan oleh Rasulullah, Muhammad saw. Salah satu bidang yang diatur adalah masalah aturan atau hukum, baik yang berlaku secara individu maupun sosial dalam kehidupan bermasyarakat.²

Dalam bermuamalat, Aturan-aturan (hukum-hukum) Allah untuk mengatur tindakan atau hubungan manusia yang berkaitan dengan persoalan-persoalan keduniaan, misalnya jual-beli, sewa-menyewa, utang-piutang, kerjasama dagang, dan kerjasama perserikatan sudah diatur dalam Fiqh Muamalah.³

Salah satu bidang muamalat yang sering dilakukan adalah *shirkah*. Secara etimologi, *shirkah* atau perkongsian berarti *al-ikhtilak* (percampuran) atau

¹ Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Muamalat (Hukum Perdata Islam)* (Yogyakarta: UII Press, 2000), 11.

² Ismail Nawawi, *Fiqh Muamalah Klasik dan Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), 3.

³ Abdul Rahman Ghazaiy, *Fiqh muamalat* (Jakarta: Kencana, 2010), 3-4.

persekutuan dua hal atau lebih, sehingga antara masing-masing sulit dibedakan seperti persekutuan hak milik atau perserikatan usaha.⁴

Sedangkan menurut istilah atau terminologi, para fuqaha berbeda pendapat mengenai pengertian *shirkah*, tetapi pada dasarnya *shirkah* adalah kerjasama antara dua orang atau lebih dalam berusaha, yang keuntungan dan kerugiannya ditanggung bersama⁵

Keberadaan *shirkah* diperkuat oleh ayat Al-Qur'an dalam surah *al-Shukh* ayat 24 yang berbunyi:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجَتِكَ إِلَىٰ نَعَاجِهِ ۖ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۚ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ ۖ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ﴿٢٤﴾

Artinya: “Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka berbuat zalim kepada sebagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan beramal saleh dan amat sedikitlah mereka ini”.⁶

Dalam bermuamalah manusia memerlukan suatu alat ukur agar tidak saling bertentangan antara satu kepentingan dengan kepentingan yang lain, serta agar tidak melanggar hak-hak sesamanya, karena manusia telah dikaruniai akhlak yang tidak dibenarkan dan dilarang untuk melanggar hak-hak antar sesama.

⁴ Ghufron A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), 191.

⁵ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), 127.

⁶ Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Semarang: CV.Toha putra, 1971), 735.

masyarakat. Hal ini dikarenakan banyak merebaknya bisnis internet (*online*). Semakin maju dan praktisnya bisnis internet, maka semakin banyak hal yang bisa kita ketahui hanya dengan duduk didepan komputer maupun mengenggam sebuah *gadget*. Banyak informasi yang kita peroleh di dunia internet. Manfaat internet dapat diperoleh melalui kerjasama secara pribadi atau kelompok tanpa mengenal batas jarak dan waktu. Teknologi informasi telah mengubah cara bertransaksi dan membuka peluang-peluang baru dalam melakukan transaksi bisnis.

Iklan atau promosi memiliki peran yang penting dalam memperkenalkan produk pada suatu bisnis dan dengan adanya kemajuan teknologi yang semakin canggih maka bentuk iklan pun juga mengalami bentuk perubahan sedemikian rupa.

Salah satu bentuk bisnis periklanan yang populer dan banyak diminati di internet saat ini adalah program periklanan *Google AdSense*. Program ini merupakan program periklanan yang dilakukan oleh *Google* dengan cara bekerjasama dengan para *Youtuber* yang memiliki *channel* atau saluran *Youtube*, yang nantinya iklan yang akan dipasang oleh *Google* akan ditampilkan pada konten video milik para *Youtuber* tersebut. Di dalam program ini seseorang yang bekerjasama dengan *Google AdSense* dapat berpenghasilan dollar sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh perusahaan *Google*. Dengan menggunakan metode komisi *Pay Per Click* (PPC) pendapatan yang diperoleh setiap mengklik satu iklan dan metode RPM (*Review Per Thousand Impression*) pendapatan perseribu impresi yang artinya pendapatan akan diperoleh setelah

iklan ditonton sebanyak minimal seribu kali tayangan, *Google AdSense* memberikan metode penghasilan uang lebih sederhana dan mudah.

Kepopuleran program *Google AdSense* tersebut jika dilihat saat ini juga karena dipengaruhi oleh sebagian besar orang-orang kalangan milenial yang lebih banyak tertarik menikmati aplikasi sosial media seperti platform *Youtube* dibanding media konvensional seperti televisi. Dan jika dibandingkan dengan media televisi maupun pamflet, banner, ataupun spanduk, beriklan menggunakan *google AdSense* lebih banyak kelebihannya seperti iklan yang dipasang dapat berjalan selama 24 jam bisa diakses setiap hari dan jangkauan pemasaran lebih luas.

Karena sistem periklanan yang dianggap sederhana dan mudah yang sudah dijelaskan diatas, banyak perusahaan atau instansi yang butuh beriklan pun melihat media *Youtube* sebagai salah satu peluang. Alasan lainnya adalah juga karena media *Youtube* sangat mudah diakses tidak hanya lewat media komputer atau PC (*Personal Computer*) saja, namun ponsel pintar (*Smart phone*) pun mampu menampilkan konten video yang ada di *Youtube* kapanpun, dimanapun, dan bisa diakses oleh kalangan siapapun.

Meski iklan yang ditampilkan oleh *Google AdSense* disesuaikan menurut konten isi video, namun terkadang beberapa Iklan yang ditampilkan oleh *Google* juga dilakukan secara acak atau random. Beberapa iklan yang muncul secara acak tersebut ada yang termasuk pada jenis iklan yang kurang sesuai dengan syari'at islam seperti iklan yang berbau pornografi, judi atau kasino online, game yang berunsur dewasa, bisnis *forex online* dan lainnya. Meski

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Prosedur mengikuti bisnis *advertising* pada *google adsense*
2. Mekanisme kerjasama bisnis *advertising* yang dilakukan oleh seorang *youtuber* dan *google adsense* di *youtube*.
3. Analisis akad *Musyarakah* terhadap kerjasama bisnis antara *youtuber* dan *google adsense*
4. Ketentuan-ketentuan menurut hukum Islam terhadap kerjasama bisnis yang dilakukan oleh seorang *youtuber* dan *google adsense*.

[illegible]

1. Bagaimana mekanisme akad kerjasama bisnis *advertising* pada *google adsense* di *youtube*?
2. Bagaimana analisis *Musharakah* terhadap bisnis *advertising* pada *google adsense* di *youtube*?

C. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas yang sudah diidentifikasi dan dibatasi permasalahan yang akan diteliti, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme akad kerjasama dalam bisnis *advertising* pada *google adsense* di *youtube*?
2. Bagaimana analisis *Musharakah* terhadap bisnis *advertising* pada *google adsense* di *youtube*?

D. Kajian Pustaka

1. **“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Bagi Hasil dengan Pembagian Tetap dari Pembiayaan *Musharakah* di KJKS KUM3 Rahmat Surabaya”**
Karya dari Subaida, Skripsi ini membahas tentang praktik bagi hasil dengan menggunakan sistem perhitungan pembagian tetap dalam akad *Musyarakah*, sehingga permasalahan dalam skripsi ini berbeda dengan karya penulis.
2. **“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Sewa-Menyewa Jasa Iklan Antara *Advertiser* dan *Publisher* Via www.kumpulblogger.com”** Karya dari

Prastyo Dwi, Skripsi ini membahas tentang bisnis jasa iklan melalui media internet namun isi pembahasannya berbeda dengan karya penulis, skripsi ini membahas tentang bagaimana implementasi transaksi khususnya dalam akad sewa-menyewa jasa iklan via *website blogger*.

3. **“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Kerjasama Lahan Pertanian dengan Sistem Paron di Desa Sidodadi Kecamatan Sukosewu Kabupaten Bojonegoro”** Karya dari Dewi Ayu Lestari, Skripsi ini membahas tentang adanya pelaksanaan kerjasama dengan sistem bagi hasil pada sebuah lahan pertanian yang terletak di desa sidodadi kecamatan sukosewu kabupaten bojonegoro.

Pada umumnya terkait pada tiga pembahasan skripsi diatas terdapat sebuah kesamaan yang ada pada skripsi karya penulis, yakni membahas tentang kerjasama sistem bagi hasil atau disebut dengan Shirkah. Sedangkan perbedaannya skripsi karya penulis lebih khusus membahas tentang mekanisme kerjasama bisnis *Advertising* pada *Google AdSense* yang dilakukan di *Youtube* antara seorang *Youtuber* dan Perusahaan *Google*.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan utama penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui mekanisme akad kerjasama dalam bisnis *advertising* pada *google adsense* di *youtube*.
2. Untuk mengetahui bagaimana tinjauan hukum islam terhadap bisnis *advertising* pada *google adsense* di *youtube*.

F. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan serta manfaat baik bersifat teoritis maupun bersifat praktis yaitu sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi dalam bidang ilmu pengetahuan mengenai kajian-kajian khususnya dalam permasalahan *shirkah*.

2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi apabila terdapat penelitian selanjutnya dan terdapat masalah yang terjadi disekitar lingkungan mengenai perkembangan teknologi yang berkaitan dengan *shirkah*

G. Definisi Operasional

Untuk mendapatkan pemahaman yang sesuai mengenai maksud penelitian ini serta menghindari terjadinya salah pengertian dan pemahaman dalam istilah

perseribu impresi yang ditonton sebanyak minimal

Researcher

penelitian merupakan suatu cara atau jalan untuk memecahkan terhadap segala permasalahan.¹¹ Metode ilmiah merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data tentang suatu hal atau masalah yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian yang didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Penelitian ini dilakukan dengan masuk akal, sehingga dapat dipercaya oleh orang-orang yang terlibat di dalamnya. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan berdasarkan pengalaman, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengujinya.

1. Jenis penelitian

2. Data yang dikumpulkan

3. Sumber data

¹³ Ibid, 8.

Data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian, data ini termasuk data yang bersifat murni.¹⁴ Data yang diperoleh oleh peneliti yang terkait langsung dari hasil observasi akad kerjasama yang dilakukan oleh kedua belah pihak yakni meliputi:

- a) Wawancara dengan *Youtuber* Indonesia yang melakukan kerjasama dengan *Google AdSense*.
- b) Mengambil data resmi dari website resmi *Google AdSense* yang digunakan oleh para *Youtuber* dalam bekerjasama.

Data sekunder adalah data yang diperoleh berasal dari bahan kepustakaan.¹⁵ Dokumen-dokumen kepustakaan yang berhubungan dengan pembahasan ini, yakni sebagai berikut:

- 1) Fiqh Muamalah Klasik dan Kontemporer, Karya Ismail Nawawi.
- 2) Fiqh Muamalat, Karya Abdul Rahman Ghazaiy.
- 3) Fiqh Ekonomi Syariah, Karya Rozalinda.
- 4) Fiqh Muamalah Kontekstual, Karya Ghuftron A Mas'adi.
- 5) Fiqh Muamalah Kontemporer, Karya Imam Mustofa.

¹⁵ Ibid, 88.

Setelah data sudah terkumpul, maka peneliti akan menggunakan teknik pengolahan data dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

Editing yaitu memeriksa kembali semua data- data yang di peroleh dengan memilih dan menyeleksi atau mengkoreksi data tersebut dari berbagai segi yang meliputi kesesuaian dan keselaraan satu dengan yang lainnya, keaslian, kejelasan serta relevansinya dengan permasalahan.¹⁸ Peneliti menggunakan teknik ini untuk memeriksa kembali data-data yang sudah terkumpul, apakah data ini sudah valid dan sesuai.

Organizing yaitu mengatur dan menyusun data sumber dokumentasi sedemikian rupa sehingga dapat memperoleh gambaran yang sesuai dengan rumusan masalah, serta mengelompokkan data yang diperoleh.¹⁹ Peneliti menggunakan teknik ini menyusun data sehingga hasil data yang diperoleh akan terstruktur dengan baik.

Analising yaitu dengan memberikan analisis lanjutan terhadap hasil *editing*

¹⁹ Ibid.,

dan *organizing* data yang di peroleh oleh sumber- sumber penelitian, dengan menggunakan teori dan dailil-dalil lainnya sehingga di peroleh kesimpulan.²⁰

Bab kedua, membahas tentang konsep *Shirkah* dalam hukum Islam. Dalam bab ini merupakan bab kajian teori yang menjelaskan tentang Pengertian *shirkah*, Dasar hukum *shirkah*, Rukun dan Syarat-syarat *shirkah*, Macam-macam *shirkah*, dan Sebab-sebab yang membatalkan perjanjian *shirkah*.

Bab ketiga, membahas tentang penyajian data. Dalam bab ini penulis akan menjelaskan dan menguraikan hasil observasi lapangan yang berisikan mengenai gambaran umum akad kerjasama antara *Youtuber* dan *Google AdSense* yang meliputi tentang hal-hal sebagai berikut yaitu gambaran umum mengenai *Youtube* dan *Google AdSense*, cara mengikuti program *advertising* (periklanan) *Google AdSense*, cara kerja *Google AdSense* di *Youtube*, proses pembayaran *Google AdSense*, akad kerjasama yang terjadi antara *Google AdSense* dan *Youtuber*.

Bab keempat, membahas tentang Analisis Hukum Islam terhadap Kerja sama Bisnis *Advertising* pada *Google AdSense* di *Youtube*.

Bab kelima, merupakan bab penutup yang membahas tentang kesimpulan dan saran.

KONSEP AKAD KERJASAMA DALAM ISLAM

Secara bahasa kata *shirkah* berarti *al-ikhtilaf* (percampuran) dan persekutuan. Yang dimaksud dengan percampuran disini adalah seseorang mencampurkan hartanya dengan harta orang lain sehingga sulit untuk dibedakan.²² Lalu menurut istilah, kerjasama *shirkah* adalah keikutsertaan dua orang atau lebih dalam suatu usaha tertentu dengan sejumlah modal yang ditetapkan berdasarkan perjanjian untuk bersama-sama menjalankan suatu usaha dan pembagian keuntungan atau kerugian dalam bagian yang ditentukan. Atau, akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu yang masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.²³ Adapun secara etimologi *shirkah* didefinisikan sebagai berikut:

الشَّرِكَةُ مُشْتَقَّةٌ مِنَ الْإِشْتِرَاكِ الَّذِي هُوَ الْإِجْتِمَاعُ، يَعْرِفُونَهَا بِأَنَّهَا إِجْتِمَاعٌ فِي اسْتِحْقَاقِ أَوْ تَصَرُّفٍ.

²² Abdul Rahman Ghazaiy, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 127.
²³ Ismail Nawawi, *Fiqh Muamalah Klasik dan Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), 151.
²⁴ Harun, *Fiqh Muamalah* (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017), 178.

modal juga dapat dilakukan oleh semua pihak yang terlibat dalam perkongsian atau sebagian mereka, sementara risiko ditanggung bersama. Keuntungan dari usaha tersebut dibagi bersama secara proporsional dan sesuai dengan kesepakatan.²⁶

B. Dasar Hukum *shirkah*

Shirkah mempunyai landasan hukum yang kuat, baik dari Al-Qur'an, Al-Sunnah, Ijma' dan dasar hukum lainnya. Dasar hukum *shirkah* dalam Al-Qur'an antara lain adalah sebagai berikut:²⁷

1. Firman Allah dalam surat An-Nisa' ayat 12:²⁸

فَهُمْ شُرَكَاءُ فِي الثَّلَاثِ

“Mereka berkongsi untuk mendapatkan bagian sepertiga”

2. Firman Allah dalam surat Sad ayat 24:²⁹

وَأَنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَى بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَ

قَلِيلٌ مَّا هُمْ.

“Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka berbuat zalim kepada sebagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini”

²⁶ Imam Mustofa, *Fiqih Muamalah Kontemporer* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 127-129.

²⁷ Ibid., 129-130.

²⁸ Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Semarang: CV.Toha putra, 1971), 161.

²⁹ Ibid., 1024.

2. Obyek transaksi

3. Ijab dan qabul

Syarat umum yang harus dipenuhi dalam semua bentuk *shirkah* diatas adalah sebagai berikut:³³

- a. Masing-masing pihak yang berkongsi memiliki kewenangan melakukan tindak hukum atas nama perkongsian dengan izin pihak lain. Segala tindakan tersebut baik hasil maupun risikonya ditanggung bersama.
- b. Sistem pembagian keuntungan harus ditetapkan secara jelas baik dari segi prosentase maupun periodenya. Misalnya 60 : 40 atau 70 : 30 per triwulan atau pertahun. Bila sistem pembagian keuntungan tidak dinyatakan secara jelas, maka hukumnya tidak sah.
- c. Sebelum melakukan pembagian, seluruh keuntungan merupakan keuntungan bersama. Tidak boleh sejumlah keuntungan tertentu yang dihasilkan salah satu pihak dipindah sebagai keuntungannya sendiri.

Adapun ulama' fiqih berbeda pendapat dalam menetapkan rukun dan syarat *shirkah*. Menurut ulama' Hanafiyah, rukun *shirkah* adalah ijab dan kabul, yakni pernyataan kehendak melakukan *shirkah* yang datang dari para pihak yang berakad. Pernyataan kehendak ini dituangkan dalam kontrak kerjasama yang ditandatangani oleh kedua belah pihak. Sementara itu, menurut jumhur ulama

Shirkah dalam literatur fiqih ada dua macam, yaitu:³⁶

- ³⁵ Divisi Fiqh OKI, *Majma' Fiqh al-Islamiy* edisi VI jilid II, 785.

[illegible]

[illegible]

b) Pekerjaan yang dilakukan adalah sama, tidak dibenarkan melakukan pekerjaan yang berbeda kecuali bila pekerjaan yang dilakukan dua orang berserikat tersebut saling terkait satu tujuan, misalnya tukang kayu dengantukang batu berserikat untuk membangun rumah.

d) Pembagian keuntungan seimbang berdasarkan pada keahlian. Namun, ulama' Syafi'iyah, Immamiyah, Zufar pengikut Hanafiyah berpendapat, *shirkah* ini batil. Menurut mereka, *shirkah* hanya khusus terhadap harta, bukan pekerjaan karena pekerjaan tidak dapat diukur, dalam *shirkah* ini ada ketidakjelasan dan penipuan. Pada masa sekarang aplikasi dari *shirkah* ini dapat dilihat pada kesepakatan antarkontraktor untuk membangun sebuah gedung, misalnya kontraktor CV A dengan kontraktor CV B bergabung untuk membangun sebuah gedung.

[illegible]

Hendi Suhendi menjelaskan, bahwa *shirkah* akan berakhir atau batal apabila terjadi hal-hal berikut.⁴³

1. Salah satu pihak membatalkannya meskipun tanpa persetujuan pihak yang lainnya, sebab shirkah adalah akad yang terjadi atas dasar rela sama rela dari kedua belah pihak yang tidak ada kemestian untuk dilaksanakan

⁴³ Sohari Sahrani, *Fiqih Muamalah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), 183.

GAMBARAN UMUM AKAD KERJASAMA ANTARA *YOUTUBER* DENGAN *GOOGLE ADSENSE*

1. Youtube dan Youtuber

Menurut Baskoro, *Youtube* merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa gambar bergerak dan bisa diandalkan. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan menontonnya langsung. Secara perorangan pribadi maupun kelompok bisa berpartisipasi mengunggah video ke server *Youtube* dan membaginya ke seluruh dunia.⁴⁵ Secara umum *Youtube* adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan *PayPal* pada februari 2005, ketiga mantan pegawai *PayPal* itu adalah Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Hurley merupakan alumnus design di University Indiana Pennsylvania, sedangkan Chen dan Karim alumnus ilmu komputer di University Illionis Urbana-Champaign. Nama domain *Youtube.com* sendiri diaktifkan pada 15 februari 2005, dan pada bulan-bulan berikutnya Youtube mulai dibangun. Mereka bertiga mempublikasikan preview dari website

32

Setelah popularitas internet meledak pada awal tahun 2000-an, banyak sekali bisnis-bisnis internet yang bermunculan. semuanya menawarkan kemudahan yang bersifat cepat dan efisien dalam berbisnis, hal ini bisa mendapatkan penghasilan tanpa batas, salah satunya adalah sebuah fenomena *Youtube*. Fenomena *Youtube* ini memunculkan pekerjaan-pekerjaan baru seperti yang biasa disebut *Youtuber*. *Youtuber* sendiri adalah seorang pembuat konten video yang membagikan video tersebut secara online melalui platform *Youtube* dan orang-orang seperti ini secara otomatis telah terlibat dan bergabung bersama *Youtube partner*.⁴⁷ Disisi lain *Youtuber* memanfaatkan platform *Youtube* sebagai wadah untuk berekspresi, ajang menampilkan kreatifitas, berbagi ilmu

⁴⁷ <https://www.matahaya.com/2018/01/apa-itu-vlogger-bedakah-dengan-youtuber.html>C.10 Agustus 2019.

Sebelum membuat saluran channel *Youtube* yang harus dilakukan terlebih dahulu adalah merencanakan ide apa yang akan digunakan, serta menentukan tema apa yang akan dibuat. Kreator atau *Youtuber* dapat menggali ide dan tema saluran *Youtube* dari hal-hal seperti hobi, keahlian, bidang pekerjaan, bidang yang ingin dipelajari, dan lain sebagainya.

[illegible]

Lalu pada tanggal 7 November 2012 *Google* mengumumkan telah memperbarui aplikasi permohonan *Adsense* bagi *publisher* baru yang mendaftar *Adsense* melalui *Youtube*, *Blogger* dan *Hubpages*. Sejak saat itu akun *Adsense* dibedakan menjadi dua macam, yaitu akun *Adsense Hosted* dan akun *Adsense non hosted*.⁵³ Yang dimaksud *Hosted* adalah penempatan iklan *Adsense* di website yang menjadi situs partner resmi *Google*. Untuk menggunakan akun *Hosted* ini, pengguna hanya bisa mendaftar lewat *Youtube* atau *Blogger*. Dan iklannya pun hanya bisa ditampilkan di *Youtube*, *Blogger*, dan *HubPages*. Jadi tidak akan tayang di platform lain. Sedangkan akun *Non Hosted* merupakan pemasangan iklan di situs yang bukan partner resmi *Google*. Atau bisa juga disebut dengan website yang tidak dihosting oleh *Google* dan partnernya. Untuk iklannya, bisa ditampilkan dimana saja, sehingga semakin banyak orang melihatnya.⁵⁴

Terdapat beberapa istilah umum yang perlu diketahui. Istilah ini terdapat didalam program *Adsense*, yakni sebagai berikut:⁵⁵

1) *Publisher*

⁵⁴ <https://id.wikipedia.org/wiki/AdSense>. 10 Agustus 2019.

⁵⁵ <https://id.wikipedia.org/wiki/AdSense>. 10 Agustus 2019.

- 1) Buka <https://www.google.com/adsense/start>
- 2) Klik daftar.
- 3) Masukkan URL situs channel *youtube* pribadi yang ingin dipasang iklan.
- 4) Masukkan alamat email.
- 5) Klik simpan dan lanjutkan.
- 6) Login ke akun *google*.
- 7) Pilih negara atau wilayah tempat tinggal pribadi.
- 8) Tinjau dan setuju persyaratan serta ketentuan *adsense*
- 9) Klik buat akun. Akun *Adsense* yang baru, telah selesai dibuat.

Google AdSense menyediakan cara bagi pemilik situs untuk mendapatkan uang dari konten online mereka. *Adsense* bekerja dengan mencocokkan iklan teks atau iklan bergambar dengan situs pembuat konten berdasarkan konten dan pengunjung. Iklan tersebut dibuat dan dibayar oleh pihak ketiga yaitu pengiklan yang ingin mempromosikan produk mereka. Para pengiklan ini tergabung didalam sebuah program *Google Ads*. Program *Google Ads* sendiri adalah program periklanan online *google*. Program ini memberikan pelayanan bagi para pelaku

[illegible]

- ⁶⁵ <https://support.google.com/google-ads/answer/6319?hl=id>. 12 Agustus 2019.

[illegible]

- e. Penerapan akad kerjasama antara *Youtuber* dengan *Google AdSense*

Penerapan akad pada umumnya adalah bertemunya kedua belah pihak untuk melakukan suatu transaksi yang kemudian disepakati secara bersama-sama dalam satu majelis. Namun, untuk praktik kerjasama yang dilakukan antara *Youtuber* dengan *AdSense* terjalin dengan lokasi yang berbeda, sehingga hanya mampu mengandalkan media *text message* berbasis web.

Konsep yang diberlakukan untuk menjadikan konten video yang awalnya digunakan untuk sebatas hiburan menjadi alat penghasil uang yakni dengan cara pengajuan monetisasi yang diberlakukan *AdSense* kepada pembuat konten. Untuk dapat melakukan monetisasi, biasanya *AdSense* akan menyortir terlebih dahulu apakah konten yang terkandung dalam akun tersebut layak untuk dipasang iklan.

Skema akad tersebut terdiri dari *AdSense* selaku pihak yang menyediakan jasa periklanan yang jasanya dimanfaatkan oleh pengiklan. Dalam pembahasan di sini, pengiklan adalah pihak ketiga

Objek akadnya dalam bisnis tersebut adalah iklan yang ditampilkan oleh *AdSense* pada konten *Youtuber* yang berupa video tersebut. Sedangkan pelaksanaannya adalah sebagaimana yang sudah dijelaskan di atas tadi dan akan diperjelas serta diperinci pada sub-bab berikutnya.

Majma' Al Fiqh Al Islami (Divisi Fiqh OKI) keputusan No. 52 (3/6) 1990—dalam Jurnal Majma' Al Fiqh Al Islami edisi VI jilid II hal 785, juga memutuskan: “Apabila akad terjadi antara dua orang yang berjauhan, tidak berada dalam satu majelis dan satu dengan lainnya tidak saling melihat atau mendengar, sedangkan media perantara antara mereka adalah tulisan atau surat atau orang suruhan, sebagaimana hal ini dapat diterapkan pada faksmili, teleks dan layar komputer (Internet). Dalam hal ini akad berlangsung dengan sampainya ijab dan qabul kepada masing-masing pihak yang bertransaksi”.⁷⁶

[illegible]

Bagi narasumber sendiri, ketika melakukan proses pengajuan monetisasi kepada pihak *Youtube* seperti langkah-langkah di atas, membutuhkan waktu kurang lebih selama satu bulan untuk menunggu mendapatkan konfirmasi sebagai tanda telah disetujuinya channel youtube tersebut dari pihak youtube partner. Setelah resmi disetujui, narasumber bisa memasang iklan yang akan ditampilkan didalam video milik narasumber.

Untuk menayangkan iklan *Google AdSense* pada video di *Youtube*, status monetisasi harus diaktifkan terlebih dahulu. Cara untuk melakukannya adalah sebagai berikut:

1. Langkah pertama, yaitu mengklik opsi saluran lalu mengaktifkan akun *channel*. setelah itu akan muncul laman perjanjian monetisasi *youtube* untuk disetujui, setelah menyetujui perjanjian monetisasi selanjutnya adalah memonetisasi semua video yang ada satu-persatu. Setelah aktif, maka video yang ada bisa dipasang oleh beberapa iklan *adsense* yang akan ditayangkan. Contoh akun *youtube* yang berhasil termonetisasi akan memiliki lambang khusus dengan tanda mata uang dollar berwarna hijau:



RPM adalah pendapatan per seribu tayangan, menunjukkan penghasilan tertaksir yang didapatkan untuk setiap 1000 tayangan yang diterima. RPM tidak menunjukkan penghasilan sebenarnya, namun jumlah aslinya dihitung dengan membagi penghasilan tertaksir dengan jumlah tampilan laman, kemudian dikalikan 1.000.

Misalnya seperti yang dijelaskan oleh Rendra dan Marie selaku pemilik channel yang terhubung dengan *AdSense*, jika penghasilan tertaksir yang diperoleh sebesar \$0,15 dari 25 tampilan laman, RPM laman kreator sama dengan $(\$0,15/25) \times 1.000$ atau \$6,00. RPM ini merupakan nilai umum yang digunakan dalam program periklanan.⁸⁷

Biaya per klik adalah biaya yang didapatkan setiap ada *viewers* (penonton) yang mengklik iklan didalam video untuk mencari tahu iklan tersebut lebih lanjut. Biaya per-klik ini ditentukan oleh pengiklan, tergantung pada apa yang diiklankan. Namun para kreator atau narasumber tidak mengetahui berapa nilai biaya per-kliknya, hanya pihak

[illegible]

AdSense dan pengiklan yang mengetahui besar nilai CPC untuk tiap unit iklan.⁸⁸

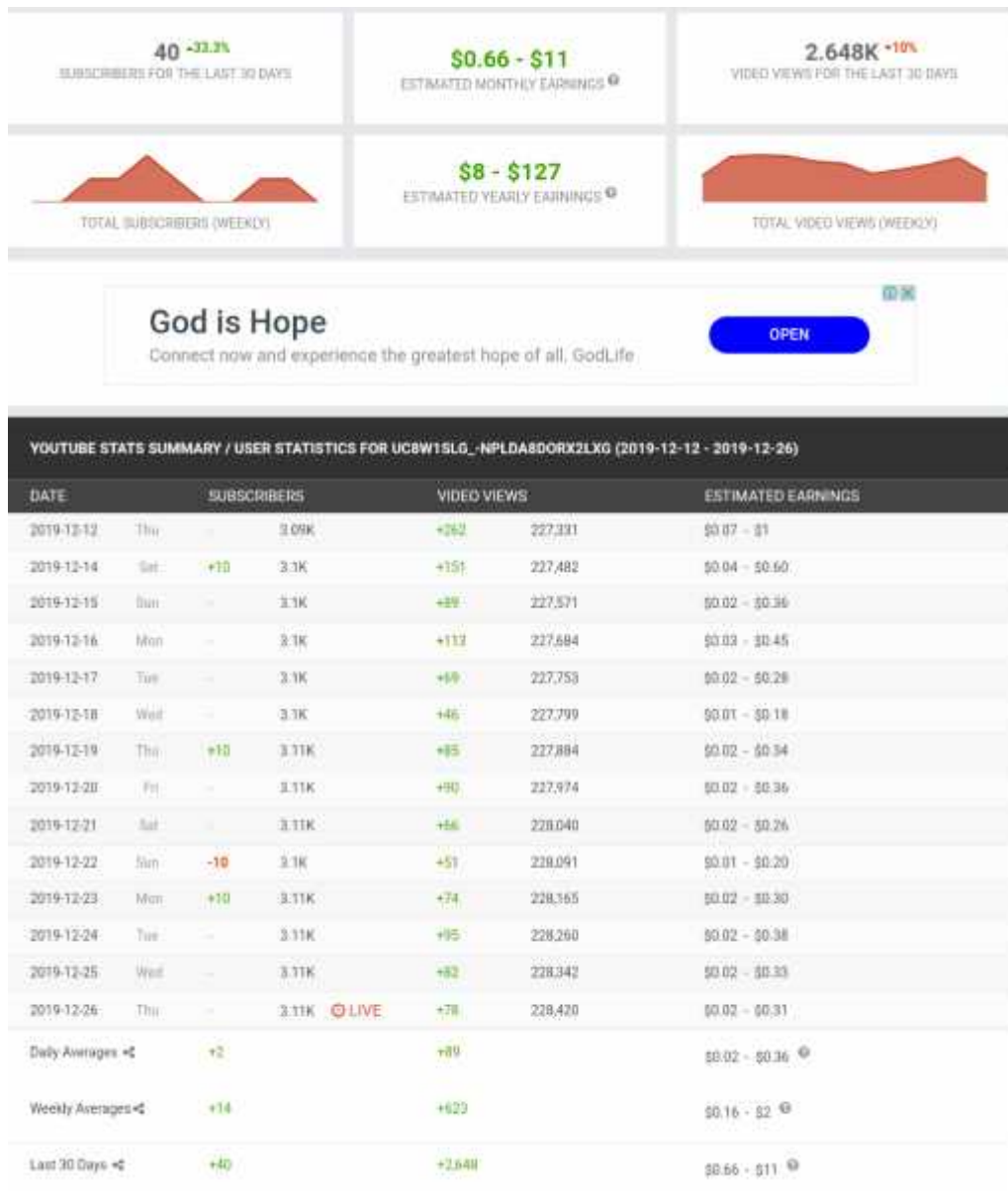
Akan tetapi para kreator tidak diperbolehkan mengklik iklan yang muncul didalam video mereka sendiri, jika nekat melakukan hal tersebut maka akibatnya saluran *channel youtube* mereka akan terindikasi melakukan kecurangan atau pelanggaran terhadap kebijakan *AdSense* dan diberi hukuman (*Google Penalty*) berupa saluran youtube yang bersangkutan akan dihilangkan (*banned*).⁸⁹

Lalu untuk melihat estimasi penghasilan akhir biasanya menggunakan laporan pendapatan *Youtube Analytics* dan memilih opsi pendapatan. Data penghasilan biasanya ditampilkan 24-48 jam setelah akhir hari, namun terkadang perlu waktu lebih lama.⁹⁰ Dan untuk waktu pendapatan yang akan dibayarkan, biasanya pihak *AdSense* akan menggaji kreator setiap bulannya pada tanggal 21 atau pada akhir bulan. Narasumber menggunakan metode pembayaran melalui Transfer Bank atau transfer dana elektronik. Pembayaran tersebut biasanya dibayarkan oleh pihak *AdSense* setelah satu bulan. Untuk menggunakan pembayaran melalui metode ini, narasumber harus memberikan informasi rekening bank dan menautkan akun bank pada akun *AdSense*, lalu setelah itu mengurus langkah selanjutnya pada bank yang digunakan. Disini narasumber

⁸⁸ Marie dan Rendra, *Wawancara* Surabaya, 14 Agustus 2019.

⁸⁹ <https://www.dewaweb.com/blog/google-penalty-sandboxing-banned/>. 14 Agustus 2019.

⁹⁰ https://support.google.com/youtube/answer/9314488?hl=id&ref_topic=9314352. 14 Agustus 2019.



Untuk penerapan akad kerjasama antara *Youtuber* dengan *Google AdSense*, Penerapan akad pada umumnya adalah bertemunya kedua belah pihak untuk melakukan suatu transaksi yang kemudian disepakati secara bersama-sama dalam satu majelis. Namun, untuk praktik kerjasama yang dilakukan antara *Youtuber* dengan *AdSense* terjalin dengan lokasi yang

Piagam penghargaan ini bisa diperoleh jika pemilik channel memiliki sejumlah 1000.000 (satu juta) *subscriber*.

3. *Diamond Play Button*

Piagam penghargaan ini bisa diperoleh jika pemilik channel memiliki sejumlah 10.000.000 (sepuluh juta) *subscriber*.

4. Custom Play Button

Piagam penghargaan ini bisa diperoleh jika pemilik channel memiliki sejumlah 50.000.000 (lima puluh juta) *subscriber*.

Karena channel youtube MR.Channel milik narasumber masih memiliki 3000 (tiga ribu) *subscriber*, narasumber mengakui jika masih belum memiliki penghargaan apapun yang diberikan oleh pihak *Youtube* karena belum memenuhi ketentuan yang ada.

Konsep yang diberlakukan untuk menjadikan konten video yang awalnya digunakan untuk sebatas hiburan menjadi alat penghasil uang yakni dengan cara pengajuan monetisasi yang diberlakukan *AdSense* kepada pembuat konten. Untuk dapat melakukan monetisasi, biasanya *AdSense* akan menyortir terlebih dahulu apakah konten yang terkandung dalam akun tersebut layak untuk dipasang iklan.

Skema akad tersebut terdiri dari *AdSense* selaku pihak yang menyediakan jasa periklan yang jasanya dimanfaatkan oleh pengiklan. Dalam pembahasan di sini, pengiklan adalah pihak ketiga yang tidak masuk dalam perincian analisis. Kemudian ada *Youtuber* selaku pembuat konten di laman

ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP KERJASAMA BISNIS ADVERTISING PADA GOOGLE ADSENSE DI YOUTUBE

Bisnis bila dirujuk dari kalimat asalnya yang bersumber dari bahasa Inggris adalah *bussines* yang berarti kesibukan. Namun, maksud dari kesibukan di sini bukanlah hanya kesibukan yang sifatnya tidak produktif, melainkan merupakan kesibukan, usaha atau rangkaian kegiatan yang mampu menghasilkan suatu keuntungan baik profit maupun non-profit.

Perkembangan bisnis dari masa ke masa selalu memberikan inovasi baru. Hal ini bila dilihat secara abstrak, di zaman dahulu bisnis hanya terbatas pada kegiatan perdagangan, produksi dan distribusi pada sektor riil. Namun, saat ini kegiatan bisnis pun juga sudah mulai merambah pada sektor teknologi hingga sektor digital.

Bisnis dalam sektor digital saat ini juga sudah sering ditemui, terlebih di era digital saat ini yang hampir di setiap lapisan masyarakat terjangkau oleh platform-platform digital seperti *smartphone*, PC dan lain sebagainya.

Namun, dalam menjalankan aspek usaha bisnis, tentu tidak pernah terlepas dari peran mekanisme operasional maupun mekanisme kebijakan yang bisa berupa rencana bisnis, alur bisnis hingga peraturan dalam menjalankan bisnis agar proses tindakan usaha bisnis dapat berjalan sesuai dengan *roadmap* yang telah disusun sebelumnya.

Termasuk dalam aspek bisnis teknologi digital, tentu terdapat mekanisme dalam menjalankan bisnis. Sebab, bisnis digital saat ini juga sudah mulai meluas dijalankan oleh pegiat-pegiat bisnis millennial. Di antara platform-platform digital yang dapat digunakan untuk berbisnis adalah platform berbasis website yang pada umumnya dapat digunakan sebagai media bisnis dengan cara menginklankan suatu produk atau jasa pada tampilan website tersebut.

Salah satunya adalah *AdSense* yang merupakan platform periklanan yang diselenggarakan oleh *Google*.⁹² Melalui program periklanan *AdSense*, pemilik konten yang telah mendaftar dan disetujui keanggotaannya dapat menayangkan iklan-iklan dari *google adsense* di dalam konten mereka.⁹³

⁹² Jefferly Helianthusonfri, *Passive Income dari Google AdSense*, (Jakarta: PT.Elex Media, 2018)

1.

⁹³ *Ibid.*

Pada dasarnya, untuk bergabung ke dalam program *AdSense* terdapat dua kategori situs, yakni *hosted* dan *non-hosted*. Hanya saja kekurangan dari situs yang berkategori *hosted* hanya mendapatkan fasilitas penayangan iklan di *You Tube*, *Blogger* dan *HubPages*. Hal ini sebagaimana yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya. Sedangkan bagi situs yang berkategori *non-hosted* memiliki kelebihan pada penampilan iklannya yang bisa ditampilkan di mana saja, sehingga jangkauan periklanan menjadi lebih luas.

Lebih lanjut, untuk dapat menayangkan iklan ini, *AdSense* bekerja sama dengan penyedia konten yang bersedia membuka peluang periklanan. Hal ini juga bertujuan untuk saling bekerja sama antara pengiklan yang menggunakan jasa *AdSense* selaku program penampil iklan dan penyedia konten yang menjadi tempat bagi iklan tersebut ditayangkan sesuai kebijakan *AdSense*.

Namun, khusus bagi penyedia konten di *Youtube* atau yang nanti akan disebut sebagai *yutuber* harus mendaftarkan akunnya terlebih dahulu, dan cara pendaftaran yang dilakukan juga cukup mudah, yakni dengan memenuhi dua syarat yang antara lain, *channel* harus sudah terverifikasi dengan nomor ponsel dan syarat yang kedua adalah telah mengumpulkan sedikitnya 1.000 *subscriber* (pelanggan *channel*) dan telah mengumpulkan sebanyak 4.000 jam tayang terhitung selama 12 bulan terakhir.

Setelah penyedia konten bersedia menyediakan ruang iklan maka hanya tinggal menunggu bagaimana cara kerja *AdSense* untuk menampilkan iklan dalam ruang yang disediakan oleh penyedia konten.

Untuk diketahui lebih dalam, bahwa pengiklan yang iklannya berhasil ditampilkan oleh *AdSense* di ruang penyedia konten merupakan iklan yang bersedia untuk dibayar tinggi oleh pengiklan. Sebab, cara kerja *AdSense* adalah dengan cara pelelangan terhadap pengiklan yang bersedia membayar jasa tersebut dengan harga yang lebih tinggi. Sehingga hal ini tentu merupakan suatu bentuk kompetisi yang positif mengingat iklan yang ditampilkan oleh *AdSense* disesuaikan dengan konten serta pengunjungnya.

Dengan adanya skema seperti ini, penyedia konten yang menyediakan ruang untuk sebuah iklan yang ditampilkan oleh *AdSense* tentu juga mendapatkan komisi yang sudah diatur sejak awal, tentu hal ini berasal dari biaya yang dikeluarkan oleh pengiklan untuk ditampilkan iklannya oleh *AdSense* yang kemudian hasilnya juga didistribusikan kepada penyedia konten.

Skema yang semacam ini, bila dilihat dari perspektif hukum Islam masuk kategori akad *musharakah* atau *shirkah*. Karena pada tindakannya kedua belah pihak sama-sama saling berkerja sama dengan modal masing-masing dan keahlian yang dimiliki. Kemudian keuntungan yang didapat dibagi sesuai porsinya masing-masing.

Kongsi, kemitraan atau kerjasama dalam istilah bahasa Arab disebut dengan *musharakah* yang merupakan kesepakatan saling bekerja sama antara para pemodal untuk menggabungkan modal, melalui usaha bersama dan pengelolaan bersama dalam suatu hubungan kemitraan. Bagi hasil ditentukan sesuai dengan kesepakatan (biasanya ditentukan berdasarkan jumlah modal yang diberikan dan peran serta masing-masing pihak).⁹⁴

Fukaha Hanafiyah mengemukakan bahwa rukun *shirkah* hanya satu yaitu ijab (ungkapan penawaran melakukan perkongsian) dan qabul (ungkapan penerimaan perkongsian). Sedangkan menurut jumhur fukaha, rukun *shirkah* ada 3 yaitu:⁹⁵

1. Para pihak yang mengadakan transaksi *shirkah*
2. Obyek transaksi

⁹⁵ Fatmah, *Kontrak Bisnis Syariah* (Surabaya: UIN SA Press, 2014), 185.

(*aqidain*), *ma'qud 'alaih*, yang terdiri dari modal dan keuntungan, ijab dan kabul, dengan syarat-syarat:⁹⁷

- a. 'Aqidain (para pihak yang berserikat), disyaratkan mempunyai *ahliyah al-ada'* (kepantasan melakukan transaksi), yakni baligh dan berakal, cerdas dan tidak di *hajr* (dicekal melakukan *tasarruf* terhadap harta bendanya).
- b. *Ma'qud 'alaih* (objek *shirkah*), yakni modal dan keuntungan disyaratkan:
- 1) Modal harus jelas adanya dan diketahui jumlahnya.
 - 2) Para ulama sepakat modal dalam *shirkah* harus dalam bentuk modal *liquid*, ini berarti modal yang digabungkan dalam akad *shirkah* tidak bisa dalam bentuk komoditas. Namun ulama berbeda pendapat kalau uangnya berbeda bentuknya misalnya misalnya satu pihak dalam bentuk dinar, yang lain dalam bentuk dirham. Ibn al-Qasim, seperti yang dikutip Ibn Rusyd membolehkan hal tersebut, ini merupakan pendapat dari Imam Malik. Menurutnya nilai kedua modal itu harus diperhitungkan.
 - 3) Modal diserahkan secara tunai, bukan dalam bentuk utang.
 - 4) Keuntungan dibagi antara anggota syarikat menurut kesepakatan.
 - 5) Pembagian keuntungan dinyatakan secara jelas ketika akad, misalnya seperdua, sepertiga, dan sebagainya.

⁹⁷ Rozalinda, *Fiqh Ekonomi Syari'ah: Prinsip dan Implementasinya pada Sektor Keuangan Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), 193.

- 6) Proporsi keuntungan ditetapkan berdasarkan penyertaan modal anggota *shirkah*. Disamping itu juga dapat ditetapkan berbeda dari penyertaan modal masing-masing.

Pada umumnya, kerja sama yang dilakukan adalah dengan menggabungkan modal berupa dana yang sama-sama dimiliki untuk dikelola secara kolektif yang kemudian keuntungan serta kerugiannya pun juga ditanggung secara kolektif pula. Namun, pada fenomena yang terjadi antara *AdSense* dengan *Youtuber* bukan dengan menggabungkan modal berupa dana, melainkan menggunakan asset yang dimiliki oleh masing-masing pihak.

Bila dilihat secara jelas, *AdSense* memiliki program untuk menyediakan layanan periklanan bagi para pengiklan yang bersedia menggunakan jasanya. Sedangkan di pihak *Youtuber* mereka memiliki asset berupa akun *YouTube* dengan klasifikasi minimal 1.000 *subscriber* dan dengan minimal 4.000 jam tayang pada konten yang mereka unggah di akunnya.

Hal ini sebagaimana yang dilakukan oleh dua pemuda, yakni Rendra yang berasal Aceh dan Marie yang berasal dari Surabaya yang memiliki akun *channel Youtube* dengan nama saluran MR. Channel yang memiliki kurang lebih 3.000 *subscriber* ini yang juga membuka ruang iklan untuk bisa mendapatkan keuntungan di sana. Dengan membuka ruang iklan yang dapat ditampilkan oleh *AdSense* tentu selain mendapat keuntungan dari

Dalam konteks di sini, pembuat konten dengan pihak program *AdSense* merupakan dua belah pihak yang berstatus sebagai '*aqidain* atau sebagai pihak yang sama-sama melakukan kontrak kerjasama dalam perkongsian periklanan. Sedangkan yang menjadi objek akad (*ma'qud 'alaih*) di sini adalah iklan yang ditampilkan pada konten tersebut. Sehingga bila ditinjau dari kacamata rukun perkongsian (*shirkah*) maka bentuk skema usaha advertising oleh *AdSense* dengan pembuat konten sudah mencakupi dari seluruh unsur rukun tersebut.

Dalam dunia bisnis, praktik kongsi atau kerja sama sudah biasa dilakukan para pegiatnya, hal ini tentu melihat dari prospek kerja sama itu sendiri yang membawa banyak sekali keuntungan. Salah satunya adalah kedua belah pihak dapat mengkolaborasikan masing-masing asset yang dimiliki kemudian dikelola secara kolektif. Tentu hal ini dapat mempercepat dalam hal menambah keuntungan bagi kedua belah pihak.

- Dalam Islam, praktik kongsi atau kerja sama disebut dengan *musharakah*, atau juga bisa disebut dengan *shirkah*.

[illegible]

Skema yang dijalankan antara *AdSense* dengan pembuat konten, alias *Youtuber* masuk dalam kategori *Shirkah al-abdan*, yaitu dua orang berserikat untuk menerima dan bertanggung jawab terhadap suatu pekerjaan, atas dasar upah yang diperoleh dibagi bersama sesuai kesepakatan. *Shirkah* ini boleh dilakukan menurut ulama' malikiyah, Hanafiyah, Hanabilah, dan Zaidiyah karena tujuan dari akad ini adalah mendapatkan keuntungan.¹⁰⁰

[illegible]

Kemudian, konsep kesepakatannya adalah setelah mengajukan form monetisasi tersebut disetujui oleh pihak *AdSense*. Dari sini tentu akad yang dilakukan tidak berlangsung secara tatap muka, melainkan terpisah.

Dalam konteks skema *AdSense* ini, kedua belah pihak saling mempercayakan masing-masing tugas yang diberikan. Dengan ketentuan-ketentuan yang juga sudah dibuat pada awal konsep kerja sama antara pembuat konten dengan pihak *Google AdSense*.

Pembuat konten, selaku pihak yang bersedia membuka ruang iklan yang akan ditampilkan oleh *AdSense* tentu akan mendapatkan komisi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Komisi ini bisa didapat dari dua macam yaitu RPM (Revenue per Thousand Impression) dan biaya per-klik.

Dari sini, setiap konten yang sudah diunggah oleh pembuat konten akan dipasang iklan dengan peletakan yang berbeda-beda sesuai dengan kehendak pembuat konten. Setelah konten tersebut terpasang pada konten yang diunggahnya, maka setiap pengunjung atau penonton yang melihat isi konten di *Youtube* yang diunggah oleh pembuat konten tersebut akan dapat melihat iklan yang dipasang di konten tersebut.

Setiap iklan yang tampil setidaknya sebanyak 1.000 tayangan, maka di situlah pembuat konten bisa mendapatkan keuntungannya. Dan bila setiap iklan tersebut diklik untuk diketahui lebih lanjut oleh pengunjung atau penonton, maka di situ pula pembuat konten akan mendapatkan

Tentu konten iklan yang ditampilkan seharusnya dapat diperinci spesifikasinya. Dengan begitu iklan-iklan yang mengandung unsur-unsur yang dilarang dalam Islam dapat dihindarkan. Sebagai contoh apabila iklan-iklan tersebut berkaitan dengan hal-hal yang mengarahkan pada perjudian, bisnis spekulasi atau bahkan mengandung unsur-unsur pornografi.

[illegible]

PENUTUP

Dari beberapa pemaparan penelitian yang sudah penulis lakukan di bab sebelumnya, maka penulis berkesimpulan sebagai berikut:

- 77

Pemasangan iklan selama tidak mengandung unsur-unsur yang mengarah pada hal-hal yang tidak diperbolehkan maka sah-sah saja. Tetapi apabila dalam pemasangan tersebut, pembuat konten tidak memiliki wewenang untuk memilih iklan mana yang boleh ditampilkan, maka perlu diperhatikan kembali bagaimana tindakan yang seharusnya dilakukan oleh pembuat konten. Di sisi lain, pihak penyedia iklan seperti *AdSense* seharusnya mampu memberikan spesifikasi yang ditunjukkan kepada pembuat konten yang bekerjasama dengannya agar pembuat konten mampu lebih selektif memilih iklan yang diinginkannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Azhar Basyir, Ahmad, *Asas-Asas Muamalat (Hukum Perdata Islam)*, Yogyakarta: UII Press, 2000.
- Baskoro, Adi. *Panduan Praktis Searching di Internet*, Jakarta: PT TransMedia, 2009.
- Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Semarang: CV.Toha putra, 1971.
- Divisi Fiqh OKI, *Majma' Fiqh al-Islamiy* edisi VI jilid II.
- Fatmah, *Kontrak Bisnis Syariah*, Surabaya: UIN SA Press, 2014.
- Ghazaiy, Abdul Rahman, *Fiqh muamalat* (Jakarta: Kencana, 2010.
- Harun, *Fiqh Muamalah*, Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017.
- Helianthusonfri, Jefferly, *Passive Income dari Google AdSense*, Jakarta: PT.Elex Media, 2018.
- Marie dan Rendra, *Wawancara* Surabaya, 14 Agustus 2019.
- Mas'adi, Ghufroon A., *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002.
- Masruhan, *Metodologi Penelitian Hukum*, Surabaya: Hilal Pustaka, 2013.
- Mustofa, Imam, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Narbuko, Halid dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara, 1997.
- Nawawi, Ismail, *Fiqh Muamalah Klasik dan Kontemporer*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2017.
- Nazir, Mohammad, *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Pusat Pengkajian Hukum Islam Dan Masyarakat Madani, *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Group, 2009.

